

Günther Rager, Bernd Weber (Hg.): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien - mehr Inhalte?

Düsseldorf u.a.: Econ Verlag 1992 (Schriftenreihe der Pressestiftung NRZ), 304 S., DM 29,80

Dies ist ein kommunikationspolitisch wichtiges und kommunikationswissenschaftlich nützliches Buch. Seine 13 Beiträge beschäftigen sich aus verschiedenen Perspektiven mit dem Problem der publizistischen Vielfalt. Die wohl wichtigste Leistung des Bandes besteht darin, dem Leser eine theoretische und empirische Übersicht über das Thema und damit eine Grundlage für die weitere Beschäftigung mit ihm innerhalb der Kommunikationswissenschaft und -politik zu geben. Ausgangspunkt ist die Feststellung im Einleitungsaufsatz der Herausgeber, daß die neue und sich ständig noch wandelnde Rundfunksituation in Deutschland sowie die Situation der Medien in den neuen Bundesländern wieder neue Anlässe dafür gäben, sich dem Thema publizistische Vielfalt zuzuwenden, nachdem das Thema be-

reits Ende der sechziger und zu Beginn der siebziger Jahre im Zusammenhang mit der Pressekonzentration Konjunktur hatte.

Rager und Weber geben in ihrer Einleitung eine theoretische Grundlage für die nachfolgenden Beiträge: Sie definieren "publizistische Vielfalt" als "ein Angebot, das in unterschiedlichen Marktsegmenten der Massenmedien größtmögliche Vielzahl und Unterschiedlichkeit von Informationen und Meinungen repräsentiert" (S.10), sie beschreiben die Formen der Vielfalt und die Instrumente der Vielfaltssicherung im Presse- und Rundfunkbereich. Dabei machen beide Autoren keinen Hehl daraus, daß sie kommunikationspolitisch eher dem dirigistischen Lager zuzuordnen sind. Dies kommt unter anderem in ihren bedauernden Äußerungen zum Ausdruck, daß Maßnahmen, wie sie bereits Ende der sechziger Jahre die Günther-Kommission mit Marktanteilsbegrenzungen vorgeschlagen hatte, aufgrund der "politischen Macht der Verlage" (S.17) nicht realisiert wurden. Für Rager und Weber scheint nun die Zeit reif zu sein, erneut über staatliches Handeln zur Marktregulierung im Printbereich nachzudenken. Sie liefern auch gleich die möglichen Instrumente aus dem Arsenal der Kommunikationspolitik mit, wobei die schwedische Presseförderung wohl überwiegend Pate gestanden hat.

Rager und Weber diskutieren zwar theoretisch die Unterschiede zwischen Binnen- und Außenpluralismus. Sie kommen aber gar nicht erst auf die Idee, daß man auch über Maßnahmen, und zwar nicht staatlich-dirigistische, der binnenpluralistischen Vielfalt nachdenken könne. Es ist aus mehreren empirischen Studien bekannt, daß sich gerade deutsche Journalisten und (zumindest soweit es die ältere Generation angeht) Verleger eher politisch-tendenziös verstehen. Grundlegende, aber aus den Professionen selbst kommende und dort umzusetzende Veränderungen in den Berufsnormen wären eine viel einfachere, wirkungsvollere und liberale Form der Sicherung von publizistischer Vielfalt innerhalb einzelner Medien. Für den Rezipienten ist Außenpluralismus ohnehin eine Schimäre, da er in der Regel nur eine Zeitung regelmäßig liest und von der Vielfalt am Kiosk für seine eigene Meinungsbildung wenig hat.

Damit zusammen hängt ein zweites Mißverständnis: Rager und Weber behaupten, die Wahrscheinlichkeit sei "relativ groß, daß das Gesamtsystem Journalismus bei ungestörter Entfaltung publizistische Vielfalt hervorbringen könne" (S.19). Mit anderen Worten: Wenn man Journalisten nur unbeeinflusst machen lasse, was sie für richtig halten, dann stelle sich Vielfalt schon von alleine ein. Nun wissen wir aus der empirischen Forschung auch, daß gerade deutsche Journalisten meist unbeeinflusst arbeiten können als ihre Kollegen in anderen Ländern. Gleichzeitig und vermutlich als Folge dessen wählen sie Nachrichten stärker unter dem Gesichtspunkt aus, was für ihren eigenen Konfliktstandpunkt spricht. Da Journalisten aber be-

kanntermaßen in ihren politischen und ideologischen Ansichten relativ homogen sind, ist gerade der deutsche Journalismus mit seinen derzeitigen Strukturen und Normen kein Garant für Vielfalt. Hier zeigt sich deutlich die oben behauptete Parteinahme der beiden Herausgeber gegen freien Markt und Verlegertum, stattdessen für Dirigismus und Journalismus. Diese Position beeinträchtigt den Nutzen dieses Einleitungsaufsatzes jedoch nur geringfügig, da sie in der Regel explizit bezogen wird und sich die Verfasser trotz allem bemühen, einen sachlichen Überblick zu geben.

Besonders zu erwähnen sind drei weitere Beiträge dieses Bandes über ganz unterschiedliche Aspekte des Themas. Udo Branahl gibt einen hervorragenden, knappen Überblick über Vielfalt als Rechtsgebot. Dabei geht er unter anderem auf die zum Teil konträren Regelungen der einzelnen Bundesländer hinsichtlich Binnen- und Außenpluralismus beim privaten Rundfunk ein und beschäftigt sich mit der Frage, wer überhaupt die Adressaten des Vielfaltsgebots seien, die unser Grundgesetz mit den Worten des Bundesverfassungsgerichts aufstellt. Runar Woltdt befaßt sich mit den Methoden der empirischen Messung von Vielfalt. Dazu stellt er zunächst im Anschluß an McQuail und van Cuilenburg die verschiedenen Meßebenen und im Anschluß an Knoche die verschiedenen Formen von Vielfalt dar. Diese dienen ihm zur Strukturierung seines eigentlichen Zieles, einen Überblick über die bisher durchgeführten Studien zu geben. Auch wenn einiges unbeachtet geblieben ist - beispielsweise fehlt die quasi-experimentelle Untersuchung Noelle-Neumanns zu den Folgen lokaler Pressemonopole (1976) - und wenn die Ergebnisse der Studien etwas unterbelichtet bleiben, gibt Woltdt den bisher wohl umfassendsten Überblick über kommunikationswissenschaftliche Vielfaltsmessungen im Presse- und Rundfunkbereich. Jürgen Heinrich befaßt sich mit publizistischer Vielfalt aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht und bringt damit einen ganz neuen Blickwinkel in die Diskussionen des Bandes. Vielfalt ist für ihn eher Mittel als Ziel, denn letztlich komme es auf die Konsumtion durch den Verbraucher an. Heinrich macht auch deutlich, daß die erhebliche Fixkostenregression der Medienunternehmen, also die Tatsache, daß die Gewinne mit steigenden Stückzahlen stark zunehmen, den Trend zum Monopol verstärke und die Marktbeherrschung damit die "optimale Betriebsgröße" (S.245) darstelle. Ausgerechnet der Wirtschaftswissenschaftler unter den Autoren kommt auf den Gedanken, daß Vielfalt ja auch innerhalb eines Produktes denkbar sei, d.h. durch möglichst umfassende und neutrale Berichterstattung jeder einzelnen Redaktion.

Die übrigen Aufsätze ergänzen diese Perspektiven. Holger Rust beschreibt die Verflechtungen im internationalen Medienmarkt, Will Teichert die Regionalisierung im Hörfunk. Otfried Jarren beschäftigt sich mit Vielfalt aus systemtheoretischer Sicht und diskutiert die Chancen lokaler Alternativmedien, zur Vielfalt beizutragen (sie sind eher gering). Ulrich Saxer be-

handelt die Frage, ob sich Mediensteuerung angesichts der Eigenrationalität der Medieninstitutionen überhaupt durchsetzen lasse (eher nicht). Karl Erik Gustafsson stellt das schwedische System der Presseförderung dar und diskutiert seine Vorteile (Nachteile hat es offensichtlich nicht). Bernd Blöbaum beschäftigt sich systemtheoretisch mit dem Beitrag des "Systems Journalismus" (und ignoriert dabei völlig die empirische Forschung). Katharina Mehring gibt einen Überblick über die Rolle der Öffentlichkeitsarbeit (sie trägt nur begrenzt zur Vielfalt bei, was auch nicht ihre Aufgabe sei). Christian Schurig und Albrecht Kutteroff beschreiben, wie Landesmedienanstalten die Rechtsnormen überwachen können und Bernd Weber diskutiert noch einmal abschließend Formen und Probleme der Medienkonzentration.

Wolfgang Donsbach (Dresden)